12. Чаковская М. С. Текст как сообщение и воздействие (на материале английского языка) / М. С. Чаковская. – М. : Наука, 1996. − 204 с.
13. Tampers L. The Strategy of Speech Communications. Psychological Study / L. Tampers. – N. Y. : Ithaca, 2006. – 205 p.
14. Tsui A. B. M. English Conversations / A. B. M. Tsui. – Oxford : OUP, 1995. – 295 p.

Морозова Ірина. Маніпулятивна природа комунікативного шуму в діалозі. Проаналізовано проблеми ефективності мовленнєвої комунікації в діалозі крізь призму комунікативного шуму, що впливає на комунікативну інтеракцію. Головна мета дослідження полягає у виокремленні найбільш типових структур речень, що використовуються в діалозі для передачі чи блокування сприйняття інформації. Наведено різницю між механічними та вербальними шумами, а останні поділяються на навмисні (інтенціональні) та ненавмисні (неінтенціональні). Автор розглядає комунікативну структуру тематичних вузлів та вилучає чинники, що сприяють досягненню мовленнєвої ефективності. Мовленнєва інтенція інтерпретована як особливий тип прагматичного бажання та розрізнено її конвергентний та неконвергентний комунікативні типи, на межі яких можна досягнути комунікативної ефективності. Зроблено висновок про роль вербального комунікативного шуму як могутнього інструменту мовленнєвої маніпуляції.

Ключові слова: комунікативний шум, ефективність спілкування, комунікативна інтенція, тематичний вузел, діалог.

Morozova Iryna. Manipulative Nature of the Communicative Noise in Dialogue. The article analyses the problems of speech communication efficiency in the dialogue through the prism of communicative noise affecting the process of speech interaction. The main objective of this research lies in singling out most typical sentence constructions used in the dialogue for the purpose of transmitting and blocking information perception. A distinction is made between mechanic and verbal noises while the latter are subdivided into intentional and unintentional. The author investigates the communicative structure of thematic cycles and defines the factors contributing to the process of speech efficiency achievement. Understanding the speech intention as a kind of wish to achieve a certain pragmatic aim, the author differentiates between the converging and diverging communicative intentions in the clash of which the speech efficiency may be achieved. A conclusion is made about the role of the verbal communicative noise as the powerful instrument of speech manipulation.

Key words: communicative noise, communication efficiency, communicative intention, thematic cycle, dialogue.

Статья поступила в редколлегию
18.03.2013 г.

УДК 811.111’32:81’221.4

Вікторія Новак

Семіотика кольору в графічних інтерфейсах користувача

У статті проаналізовано особливості застосування кольорів у графічних інтерфейсах користувача програмних додатків *Windows*. Висвітлено специфіку використання та семіотику кольорів у інтерфейсах, запропоновано систематизацію кольорів у *Windows* за значенням і відповідним застосуванням. Досліджено кольоро-кодування як елемент спрощення візуальної навігації з програмного продукту.

Ключові слова: мова кольорів, семіотика кольору, графічний інтерфейс користувача, кольоро-кодування, візуальна комунікація.

Постановка наукової проблеми та її значення. Зі збільшенням кількості візуальної інформації дослідники семіотики все частіше наголошують, що комунікація є мультимодальною: люди читають не тільки друковані слова, а й зображення. Комунікативна функція кольору не обмежується лише його впливом на людей. Колір сам по собі є багатофункціональним [3, с. 347]. Наявність і специфіка колірної семантики відображає буття людини у світі, контакт суб’єкта з ним і забезпечує адекватне віддзеркалення об’єктивної реальності. У психосемантиці колір розглядається як один із атрибутів об’єктивної дійсності та з точки зору доступності його інтерпретації, у його співвіднесеності з

© Новак В., 2013

такими неперцептивними категоріями, як фізіологічні реакції, емоції, почуття, ідеї, морально-етичні категорії тощо [1].

Люди звертають увагу на колір ще до того, як вони починають сприймати будь-які інші дані. Маркетингові дослідження показують, що понад 80 % візуальної інформації стосується кольору. Тобто він передає певні відомості, причому іноді кольоро-сигнали є настільки підсвідомими, що їх ніхто не помічає. Правильні кольори створюють привабливий візуальний і психологічний ефект; неправильні можуть призвести до незворотних результатів. Найбільша помилка – застосування надто великої кількості кольорів, що спричиняє візуальний безлад. Більшість інтерфейсів потребує 2–3 кольори у своєму дизайні для передачі системного вигляду, що відображає символічну комунікацію. Наукова теорія «виявлення сигналу» пояснює як мозок закривається та відвертається, коли його атакує надто багато кольорів. Для повноцінного візуального сприйняття людині потрібна логічна структура, тому мозок і налаштований відкидати те, що він не може систематизувати. Таким чином, **актуальність** нашого дослідження випливає з потреби логічного представлення елементів керування способами, які відповідають ментальній моделі користувача та відображають поведінку пристрою. Одним із них є кольоро-кодування, що прискорює та полегшує візуальну навігацію з програмного продукту.

Мова кольорів має дві форми існування: вербалізовану та невербалізовану. Остання – це візуальне сприйняття кольорів людиною (всіх кольорів водночас). Перша – це використання нею природної мови та термінів на позначення кольорів. Вербалізована форма мови кольорів підпорядковується лінійному чи синтаксичному порядку природної мови [2, с. 28]. У нашому дослідженні ми зупинимося на невербалізованій формі мови кольорів, що застосовується при розробленні продуктів програмного забезпечення та додатків *Windows*, певному значенні та символічності окремих кольорів в інтерфейсах користувача. **Мета** статті – систематизація й аналіз значення та використання кольорів у додатках *Windows* для оптимізації комунікації користувача й комп'ютера.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Важливість використання кольорів у інтерфейсах користувача полягає в їхній спроможності полегшувати комунікацію людини та машини. За умови правильного використання кольору користувач не лише без проблем розуміє та застосовує нові додатки та програми, а й часто більше дізнається та вивчає за менший проміжок часу. Люди схильні запам'ятовувати інформацію, представлену в кольорі, набагато легше та швидше, ніж чорно-білу. Це не лише полегшує взаємодію користувача з комп'ютером, а й сприяє комфорту та зрозумілості комунікації.

Колір використовується в комп'ютерній графіці з різних причин: від естетичних до утилітарних. Він застосовується для групування подібних речей і розпізнавання відмінних, щоб передати різницю в часі чи розмірі та для позначення предметів. В інтерфейсі користувача колір може привертати увагу до об'єкта, бути сигналом (наприклад, зелений – прийняття, жовтий – попередження, червоний – помилка або зупинка) та показником логічних відносин між частинами інтерфейсу користувача. Він також застосовується для впливу, передачі настрою та нагадування. Колір допомагає при перцептивній організації, наприклад, реалістичних зображень, чи у спробі візуалізації багатовимірних наборів даних [4].

Семіотика кольору включає такі його параметри, як насиченість, яскравість, ясність (світлість), тон (відтінок) тощо. Кожен колір має такі кількісно вимірювані фізичні характеристики, як спектральний склад, інтенсивність, чіткість, контрастність. Урахування цих параметрів під час розроблення графічних інтерфейсів покращує ефективність візуального сприйняття програмного продукту. Текстовій цілісності, наприклад, може сприяти «колірна координація», а не повторення одного кольору. У такому випадку різні кольори сторінки або більшої частини тексту мають приблизно однаковий ступінь яскравості та/або насиченості. У таких комп'ютерних програмах, як *PowerPoint*, така функція є вбудованою (коли вибір вихідного фону автоматично підбирає діапазон кольорів і колірну тему). Наприклад, якщо основним обрано пастельний колір, то й інші кольори також будуть у пастельних тонах [3, с. 349].

Зміна насиченості кольору допомагає сфокусувати увагу користувача на більш важливих етапах у процесі роботи з програмними додатками. У *Windows XP* усі відкриті вікна затінюються, аби людина підтвердила команду виходу із системи. На передній план висувається діалогове вікно, тоді як решта, будучи забарвленими у сірий колір (який у користувачів уже асоціюється із неактивними вікнами/кнопками тощо), відходять на задній план. Продовжити роботу з основним документом

неможливо, коли є відкриті діалогові вікна, що вимагають певної реакції користувача. Увага до них привертається за допомогою візуального ефекту блимання незакритого вікна.

Варто зауважити, що колірна гамма у додатках *Windows* є доволі збалансованою та гармонійною. Для нашого дослідження ми виділили основні кольори, що застосовуються у *Windows*, проаналізували їх значення та виокремили сфери їх використання. Результати наводимо в табл. 1.

Таблиця 1

Колір	**Значення**	**Використання у *Windows***
Синій	Початок Фіксація Доступний (легко розпізнається та виділяється)	Бренд *Windows*; фоновий за замовчуванням. Фоновий: запуск, вхід до системи (*log on*), пошук (*search*), кнопки керування, панель завдань (*taskbar*). Передній план: основні інструкції, гіперпосилання. Іконки: інформація (*info*), допомога (*Help*).
Чорний	Нейтральний	Фоновий: стандартні віконні рамки. Розділи меню, заголовки. Передній план: звичайний текст.
Сірий	Нейтральний	Фоновий: стандартні віконні рамки; додаткова колонка (*sidebar*); недоступні розділи меню.
Білий	Нейтральний	Фоновий: звичайний текст, меню запуску (*Start menu*); стандартний курсор, назви вікон, заголовки, кнопки вибору, лінійка.
Зелений	Погодження Продовження Безпека	Кнопка запуску (*Start button*). Звичайні індикатори ступеня виконання процесу (*progress bars*). Іконки зі значенням «продовжити», «зроблено/згода», «поновити», «обрано», «увімкнено» (*go/done/refresh/«tick»/on*).
Жовтий	Попередження, застереження Питання	Фоновий: статус, пауза (*progress bars*). Іконки: застереження.
Червоний	Помилка, стоп, критично, негайна реакція, обмеження, увага, відміна	Фоновий: статус, зупинений процес *(progress bars)*; іконки: помилка *(error)*, зупинка *(stop)*, закрити вікно/вихід *(close window/exit)*, видалити *(delete)*, необхідне введення даних *(required input)*, пропуск *(missing)*, недоступно *(unavailable)*, вимкнено *(off)*, обмеження *(restricted)*.
Фіолетовий	Відвіданий	Відвідані чи відкриті посилання (у пошуку в мережі).

У *Windows* поширеною є комбінація чорного та синього кольорів. Щодо останнього, то його використання в інтерфейсі має ряд переваг. По-перше, з точки зору психології, синій є оптимістичним і доброзичливим кольором. По-друге, він дуже добре виділяється на нейтральному фоні, не створюючи зайвого навантаження на око. По-третє, синій є універсально впізнаваним кольором з точки зору його символічності в різних культурах і можливості розпізнавання людьми з дальтонізмом. Він також є доволі активним щодо привертання уваги, проте через його тенденцію до світіння частіше використовується як фоновий, на периферії. У діалогових вікнах *MS Word* меню *Clipboard, Font, Paragraph, Styles, Size, Page Setup* та *Footnotes* спостерігаємо таке використання кольорів: для позначення функцій – чорний колір, а для назв параметрів, що уточнюються – синій, що несе додаткову інформацію. Отже, чорний як більш нейтральний і контрастний використовується у *Windows*

для передачі загальних текстових даних, позначення функцій та активних закладок у панелі управління. Синій колір, окрім того, що є брендовим у *Windows*, стартовим і фоновим за замовчуванням, застосовується також для виділення окремих аспектів інформації (основних інструкцій і гіперпосилань) і символізує функції допомоги та додаткової інформації (що переважно реалізуються в іконках, діалогових і тимчасових робочих вікнах).

Хоча колір і допомагає групувати схожі об'єкти чи поняття, а його відтінки дозволяють виділити окремі елементи серед інших, завжди потрібно забезпечувати додаткові репліки, не покладаючись лише на кольоро-кодування. Цей принцип реалізовується в додатках *Windows* за допомогою підказок, що з'являються при наведенні курсора на основні елементи графічної оболонки програми, діалогових і тимчасових робочих вікон та інформативної функції допомоги, вихід на яку забезпечується на будь-якому етапі роботи в системі.

У використанні кольорів є й певні недоліки. Для правильності їх сприйняття та розпізнавання потрібне складніше та дорожче обладнання, що підвищує вимоги до комп'ютерних моніторів. Деякі кольори потенційно можуть викликати зоровий дискомфорт і залишкові зображення. Робота з кольором вимагає його правильного розпізнавання, тобто необхідне врахування несприйняття окремих кольорів людьми з дальтонізмом. Певні кольори можуть також призвести до негативних реакцій через крос-дисциплінарні чи крос-культурні асоціації. Отже, кольоро-кодування має відповідати існуючим законам професійного та культурного використання.

Загалом колір не має бути головним у інтерфейсі. Він може допомогти, коли потрібно зосередити увагу користувача на певному об'єкті, але його не варто використовувати як єдиний засіб розрізнення елементів. Слід зауважити, що те забарвлення інтерфейсу користувача, яке є стандартним у *Windows*, не є випадковим. Застосовуючи м'які та приглушені кольори як фонові, а яскравіші – для виділення та привертання уваги, забезпечується максимальна зручність читання програми за умов різного освітлення та стану монітора.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Неймовірна здатність людини до сприйняття візуальної інформації широко використовується у графічних інтерфейсах для передачі відносин за допомогою схожості, місткості, з'єднуючих ліній або колірного кодування. Техніки виділення (наприклад, жирним шрифтом або підвищенням яскравості, блимання, підкреслення або виділення в рамку) можуть застосовуватися для привертання уваги до певних елементів серед тисячі інших. Головна мета використання кольорів у графічних інтерфейсах користувача – полегшення орієнтації, спрощення навігації з програмного продукту, мінімізація вербального представлення та забезпечення беззаперечного зворотного зв'язку. Інколи підсвідома реакція людини на певний колір в інтерфейсі допомагає покращити її взаємодію та комп'ютера, оптимізувати процес комунікації.

Колір – важливий візуальний елемент більшості інтерфейсів. Окрім чисто естетичних чинників, він містить певні пов'язані з ним значення й викликає емоційні реакції. Щоб уникнути плутанини в значенні, колір повинен використовуватися послідовно. Щоб отримати бажану емоційну реакцію, його потрібно використати належним чином. Кожен колір містить у собі певне асоціативне значення, яке може різнитися залежно від соціальної та культурної належності користувача і яке обов'язково мають враховувати розробники програмного продукту. Перспективними щодо цього видаються порівняльні дослідження комп'ютерних додатків, створених для користувачів різних культур, для запобігання виникнення можливих складностей у процесі комунікації людини та комп'ютера.

Джерела та література

1. Яньшин П. В. Психосемантический анализ категоризации цвета в структуре сознания субъекта : дис. ... д-ра психол. наук / П. В. Яньшин. – М., 2001. – 390 с.
2. Almalech M. E. Advertisements: Signs of Femininity and their Corresponding Color Meanings / M. E. Almalech. – Sofia : Prof. Marin Drinov Academic Publishing House, 2011. – 210 p.
3. Kress G. Colour as a semiotic mode: Notes for a grammar of colour / G. Kress , Th. van Leeuwen // Visual communication. − Vol. 1 (3). – SAGE Publications, 2002. – P. 343–368.
4. Marcus A. Color: a tool for computer graphics communication / A. Marcus // Computer Image. – 1982. – P. 76–90.

Новак Виктория. Семиотика цвета в графических пользовательских интерфейсах. В статье анализируются особенности применения цвета в графических интерфейсах пользователей программными приложениями *Windows*. Представлена специфика использования цвета и некоторых его параметров (яркость, насыщенность и т. д.), направленная на оптимизацию процесса человеко-машинной коммуникации. Рассматривается

семиотика цвета в интерфейсах, применение определенного цвета соответственно с психоэмоциональными реакциями, которые он вызывает у пользователя программным приложением. Освещаются преимущества и недостатки использования цвета в графических пользовательских интерфейсах. Предлагается систематизация цветов, использованных в *Windows,* по значению и соответствующей сфере их применения. Анализируется логичность представления элементов программы в определенном цвете, правильность или несоответствие комбинации цветов в интерфейсе как с качественной, так и с количественной стороны. Исследуется кодирование цветом как элемент упрощения визуальной навигации по программному продукту.

Ключевые слова: язык цвета, семиотика цвета, графический пользовательский интерфейс, кодирование цветом, визуальная коммуникация.

Novak Viktoriya. The Semiotics of Color in Graphical User Interfaces. Special features of applying colors to *Windows* graphical user interfaces are analyzed in the article. The peculiarities of the usage of colors and their certain parameters (such as brightness, saturation, etc.) in *Windows* applications aimed at optimizing the process of human-computer interaction are singled out. The article highlights the semiotics of color in user interfaces, the usage of certain colors according to the psycho-emotional reactions of the users which this color can produce. The advantages and drawbacks of color usage in graphical user interfaces are discussed. The colors used in *Windows* are systematized according to their meaning and the corresponding sphere of their application. The logical color presentation of certain program elements and successful or inconsistent qualitative, as well as quantitative, color combinations in user interfaces are carefully analyzed. Color coding as an element of simplifying visual navigation through the program product has been researched.

Key words: language of color, semiotics of color, graphical user interface, color-coding, visual communication.

Стаття надійшла до редколегії
18.03.2013 р.

УДК 811.112.2’38(043.3)

Володимир Павлик

Інвентивність жанру «глоса»

У статті порушено проблему функціонально-комунікативних рис мовленнєвого жанру, які в інваріантній моделі жанрової форми виконують роль посередників між екстралінгвальними чинниками мовленнєвого жанру та їхньою мовною об’єктивацією. Актуальність обраної теми статті зумовлена загальною спрямованістю сучасних наукових розвідок у галузі стилістики тексту на питання дослідження конкретних жанрів певних функціональних стилів у зв’язку з комунікативно-прагматичною переорієнтацією сучасної лінгвістики тексту. На ілюстративному матеріалі газетного жанру «глоса» розглянуто функціонально-комунікативну рису «інвентивність», яка вказує на причинно-наслідкові відносини тексту за допомогою виявлення маркерів на лексично-морфологічному рівні.

Ключові слова: мовленнєвий жанр «глоса», функціонально-комунікативні риси, інвентивність, текст, функціональний стиль.

Постановка наукової проблеми та її значення. Протягом останніх двадцяти років усе більше прихильників серед лінгвістів знаходить ідея побудови моделі тексту – і тексту взагалі, і моделі тексту конкретного мовленнєвого жанру. Модель мовленнєвого жанру – це алгоритм, система правил, за якими створюється реальний твір. У цього алгоритму є певний тип внутрішнього змісту, який визначає форму мовленнєвого твору. Цей зміст жанру складається із сукупності функціонально-комунікативних ознак, які визначають спосіб мовного втілення.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих матеріалів дослідження. Функціонально-комунікативні риси (ФКР) – це інваріантні ознаки мовленнєвого жанру, які базуються на його екстралінгвальних складниках і покликані спростити для адресата виявлення цих комунікативних чинників у тексті жанрової форми, що є завданням адресанта. Вони виконують роль посередників між екстралінгвальними чинниками мовленнєвого жанру та їхньою мовною об’єктивацією [9, с. 32].

© Павлик В., 2013